 HÖGSKOLAN PÅ ÅLAND	<b>KURSBESKRIVNING</b>	
<b>Uppgjord av:</b> Samu Mäkelä	<b>Godkänd av:</b> Ledningsgruppen	
<b>Granskad av:</b> Karin Limnell, Jeanette Höstman		
<b>Godkänd datum:</b>	<b>Version:</b> 2/6.6.2011	

### **Utbildningsprogram**

Hospitality Management

### **Inriktning**

### **Studiehelhet**

Gemensamma yrkesstudier

### **Ämnesområde**

Marknadsföring/turism

### **Kursnamn**

Tjänsteutveckling och upplevelser

### **Kurskod**

R182102

### **Kursnamn på engelska**

Development of Services and Experiences

### **Studiepoäng**

5 sp

### **Lärandemål**

Den studerande skall efter avslutad kurs kunna redogöra för, analysera och planera tjänsteutveckling utgående från följande referensram:

- tjänsternas särdrag och hur de påverkar tjänsteutvecklingen och -marknadsföringen
- turismprodukter som komplexa helheter och olika modeller om turismprodukten
- olika upplevelser och hur man skapar dem
- företagets resurser och processer
- tjänstekartor som redskap vid planering
- kvalitetskriterier för tjänsteutveckling

### **Innehåll**

1. Särdrag hos tjänster
2. Teorier och modeller om turismprodukten
3. Upplevelser och hur man skapar dem
4. Företagets resurser för tjänsteutveckling
5. Processer och tjänstekartor
6. Kvalitetskriterier


### **Arbetsformer**

Föreläsningar, företagsbesök, egna projekt med presentationer.

### **Omfattning och närvaroskyldighet**

Tot. 133 t. varav ca. 40 – 50 t. föreläsningar, företagsbesök och egna projektpresentationer.

Obligatorisk närvaro på föreläsningar, företagsbesök och presentationer.

 HÖGSKOLAN PÅ ÅLAND	<b>KURSBESKRIVNING</b>	
<b>Uppgjord av:</b> Samu Mäkelä	<b>Godkänd av:</b> Ledningsgruppen	
<b>Granskad av:</b> Karin Limnell, Jeanette Höstman		
<b>Godkänd datum:</b>	<b>Version:</b> 2/6.6.2011	

### Max gruppestorlek

24

### Kurslitteratur och studiematerial

Valda delar ur följande litteratur:

Komppula, R. (2006). *Guidelines for Professional Activity Services in Tourism. A Discussion about the Quality of a Tourist Experience Product*. I Prideaux, B., Moscardo, G. & Laws, E. (ed.). *Managing Tourism and Hospitality Services. Theory and International Applications*. Wallingford: CABI. 335 s.

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 2. ed. (eller nyare). Upper Saddle River: Prentice Hall International Inc. 800 s.

Laws, E. (2004). *Improving Tourism and Hospitality*. Wallingford: Services. Cabi Publishing. 201 s.

Lovelock, C. (2004). *Services Marketing – People, Technology, Strategy*. 5. ed. (eller nyare). Upper Saddle River: Pearson. 717 s.

Mossberg, L. (2003). *Att skapa upplevelser: från OK till WOW!* Studentlitteratur. Lund. 211 s.

Pine, J. B. II & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the Experience Economy*. Harvard Business Review. July – August, p. 97–105

Tarssanen, S. (ed.). (2009). *Handbook for Experience Stagers*. Rovaniemi: Center of Expertise for the Experience Industry.

Artikelsamling.

### Undervisningsmaterial (högskolan tillhandahåller)

Pine, Joseph B. II & Gilmore, James H. (1998). *Wellcome to the Experience Economy*. Harvard Business Review: July – August 1998. S. 97 – 105

*Handbook for Experience Stagers* (2009). Edited by Sanna Tarssanen. Lappland Center of Expertise for the Experience Industry. Oy Sevenprint Ltd. Rovaniemi.

Komppula, Raija (2005). *Guidelines for Professional Activity Services in Tourism*. A Discussion about the Quality of a Tourist Experience Product. I boken: *Managing Tourism and Hospitality Services. Theory and International Applications*. Edited by Prideaux, Bruce & Moscardo, Gianna & Laws, Eric. CABI. Wallingford. 335 s.

### Examination

Tentamen

Godkänd närvaro.

Godkända övningsuppgifter.

### Vitsordsskala

U, G, VG (Vid validering bedöms kursen som Godkänd)

### Dokumentering

Kursvitsord noteras i studiekort.

### Förkunskapskrav

### Övrigt

För att den studerande skall kunna tillgodo sig kursen bör självstudier bedrivas.